

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyono, N. G., Rahmat, T. Y., & Anindita, R. (2021). Digital Marketing Strategies To Increase Online Business Sales Through Social media. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(2), 31-37.
- Anggraini, M. D., Muhtarom, A., & Safaatillah, N. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisa Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 963-974.
- Auliasari, K., Kertaningtyas, M., & Willis, D. (2021). Penerapan Model AIDA pada Pembuatan Konten *Digital Marketing* Kreasi Kayu IMMUX. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(3), 341-349.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisa Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1530-1538.
- Indrasari, R. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114-133.
- Kasmawi, K., Mansur, M., & Fitri, D. A. (2018). Sistem informasi promosi produk: studi pada usaha kecil menengah kabupaten Bengkalis. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(1), 59-70. *Manajemen*, 4(2), 963-974.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Malau, Harman. (2017) *Manajemen Pemasaan Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta, Bandung.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisa Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah

Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).

- Nana meliana, N. I. N. G. T. I. A. S. (2021). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat abian tubuh (*Studi Kasus Di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram*) (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).
- Nurmansyah, S. R. (2018) *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Erlangga Pekanbaru.
- Padapi, A., Haryono, I., & Rukmelia, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Olahan Agri Bisnis. *Jurnal Sains dan Teknologi Industri Peternakan*, 2(2), 30-36.
- Rahardja, U., Wulandari, A., & Hardini, M. (2020). Effects of Image Upload on Social media as Media Promotion in Journal Publishers. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 13(1), 20-31.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi *Social Media Marketing* Marketing pada Akun Media Sosial *Instagram* Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152-171.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Suryani, S. (2018). Analisa Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43-57.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PRofesi humas*, 3(1), 102-119.
- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi: Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 89-96.
- Wardhani, S. X. (2022). Creativity of *Social Media Marketing* as a Digital Marketing Communication Strategy in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).

- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan transformasi digital pada UKM selama pandemi Covid-19 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87.
- Wijayanti, R., Riyani, S., & Affandi, A. (2023) Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, Dan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Pada House Of Elena Fashion Wonosobo, *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(2), 67-77
- Yuniati, U., Primasari, I., & Jannah, N. N. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Sektor Makanan Melalui Survey Efektivitas Pemanfaatan Promosi Di Media Sosial (Kajian Marketing Netnography Di *Instagram*) *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(2), 132-149.